

мы и концерты лагерной самодеятельности. Свободные участки земли на территории зон предоставлялись под огороды военнопленным, что давало им возможность в дополнение к пайку выращивать овощи¹⁵.

Таким образом, очевидно, что материально-бытовые условия в лагерях военнопленных Среднего Урала постепенно улучшались. Хаос созданной в 1942–1943 гг. системы лагерных подразделений со временем сменялся строгим порядком. Лагерь военнопленных из обнесённых колючей проволокой палаточных городков превратились в обустроенные территории, где функционировал целый комплекс объектов коммунально-бытового и медико-санитарного назначения. Подтверждением улучшения материально-бытового положения военнопленных явилось сокращение показателей заболеваемости и смертности: если в 1945 г. в лагерях области умерло 8273 чел., или 20% от списочного состава, то в 1949 г. — 62 чел., или 0,3%¹⁶.

Следует, правда, отметить, что задачу создания нормальных условий жизни в лагерях областного ОПВИ во многом облегчило заметное сокращение численности его подопечных к 1949 г. Тем не менее, администрация лагерей действительно стремилась удовлетворить минимальные физиологические потребности пленных, — это заставляла делать установка режима на сохранение военнопленных, их жизни и здоровья, а не на их истребление. В этом главное отличие положения иностранных военнопленных Второй мировой войны в СССР и советских военнопленных в Германии. Последние не могли рассчитывать даже на сохранение за ними права на жизнь, не говоря уже обо всех остальных преимуществах военного плена. Германские власти даже не пытались создать видимость законности, отдавая приказы об уничтожении пленных красноармейцев без суда и следствия. Красноречивым подтверждением тому служат цифры о смертности советских военнопленных в Германии. По имеющимся данным, из взятых в плен с 22 июня 1941 г. по 31 декабря 1944 г. 5231057 красноармейцев к 1 мая 1944 г. в живых остались лишь 1155055 чел., или 22%¹⁷.

Примечания

¹ Семиряга М.И. Военнопленные — изменники Родины или жертвы войны? Размышления о судьбе советских военнопленных в годы Второй мировой войны // Проблемы военного плена: история и современность. Мет.-лы Междунар. научно-практ. конф. Вологда, 1996. Ч.1. С.4–5.

² Галицкий В.П. Вражеские военнопленные в СССР (1941–1945 гг.) // Военно-исторический журнал. 1990. № 9. С.45.

³ «Военнопленные ознакомились с методами социалистического строительства». Докладная записка МВД СССР / Публикация Н. Сидорова // Источник. 1999. № 1. С.84.

⁴ Архив УФСБ РФ по СО. Ф.9. Оп.1. Д.66. Л.1–2.

⁵ РГВА. Ф. 1п. Оп.63. Д.20. Л.129–130.

⁶ РГВА. Ф. 1п. Оп.63. Д.7. Л.12.

⁷ РГВА. Ф. 1п. Оп.15а. Д.341. Л.206.

⁸ Там же. Л.207.

⁹ Там же.

¹⁰ Там же. Л.208.

¹¹ Земсков В.Н. ГУЛАГ (историко-социологический аспект) // Социологические исследования. 1991. № 6. С.22.

¹² РГВА. Ф. 1п. Оп.15а. Д.341. Л.209–210.

¹³ Там же. Л.208–209.

¹⁴ Там же.

¹⁵ Там же. Л.210–211.

¹⁶ Там же. Л.54.

¹⁷ Сражались за Родину: Великая Отечественная война 1941–1945 гг. в документах / Под редакцией М.Е. Главачко. Екатеринбург, 2000. С.90.

*И.В. Фоминых
(Екатеринбург)*

РЫНОК ТРУДА КАК ФАКТОР ВНЕШНЕЙ СРЕДЫ ОРГАНИЗАЦИИ

Безработица — явление, повсеместно охватившее все регионы нашей страны за период так называемого перехода к рынку, в том числе и Урал, — не без основания признается одной из ключевых экономических проблем современного российского общества. Как и многие другие макроэкономические явления в постсоветской России, безработица угрожала принять характер не только повсеместный, но и не подконтрольный, что в свою очередь могло привести к распаду всей экономической системы, не считая социально-политических последствий. Для Урала с его мощным промышленным потенциалом и сложной экономической структурой в целом, эта проблема приняла характер первостепенной.

Другим важным явлением современного периода экономического развития страны необходимо назвать появление, а точнее распространения такого понятия как организация. Существует вполне оправданная точка зрения, что миром сегодня управляют транснациональные корпорации. Россия как страна, находящаяся в процессе интеграции в мировую систему хозяйствования, также начинает испытывать их влияние. Помимо крупных существует и огромное количество средних и мелких организаций, в своей совокупности определяющих уровень развития всей страны и благополучия ее граждан.

Мы привыкли, что безработица как социально-экономическое явление рассматривается с точки зрения проблемы занятости отдельного человека или как макроэкономическая проблема, но ее влияние на деятельность отдельной фирмы практически не изучено. Попробуем его определить, для чего дадим краткую характеристику безработицы в Уральском регионе, а затем рассмотрим возможные пути снижения ее негативного влияния на деятельность организации.

Исторически экономика Урала формировалась с упором на металлургическую и горно-перерабатывающую промышленность, позже машиностроение, а также научную сферу. В отличие от промышленности ориентированной на потребности всей страны, сельское хозяйство ограничивалось нуждами только уральского региона. С демографической точки зрения наш регион можно охарактеризовать как достаточно сбалансированный с позиции соотношения мужчин и женщин, людей молодого, среднего и старшего возрастов. Хотя и у нас наблюдается общая тенденция старения населения, которая в прошедшем году составила 943 тыс. человек¹. Следующим важным моментом является структурное изменение экономической системы. Это выражается в объективном процессе ее адаптации к рыночным условиям хозяйствования (развитие новых видов хозяйственной деятельности, смена формы собственности). В связи с этим можно выделить следующие характерные для уральского региона виды безработицы.

1. Структурная безработица, связанная со структурными преобразованиями экономики. Одной из форм структурной безработицы, особенно характерной для Свердловской и Челябинской областей, является конверсионная безработица. Она напрямую связана с результатами плановой конверсии проводимой российским руководством в начале 90-х гг. На сегодняшний день по формам собственности хозяйствующие субъекты распределяются следующим образом: частная — 78,4%, государственная и муниципальная — 10,7%, смешанная российская — 4,0%, это коренным образом изменило картину структурной занятости².

2. Экономическая безработица характерна для всех стран с рыночной экономикой. Ее источником является конкурентная борьба. До самого последнего времени активно росло количество неплатежеспособных предприятий. Банкротами становятся не только бывшие советские предприятия, не способные к эффективному хозяйствованию в новых условиях, но и появившиеся совсем недавно коммерческие структуры частной формы собственности.

3. Маргинальная безработица относится к отдельным слоям населения страны. Как правило, это самые слабозащищенные слои населения, такие как женщины и молодежь, а также низкоквалифицированная рабочая сила. Человек, не имеющий высокую квалификацию, испытывает сильную конкуренцию со стороны дешевой рабочей силы из стран ближнего зарубежья, готовой работать за любые деньги. В 2001 г. миграционный прирост в целом по России начал уменьшаться, но, тем не менее, составил весьма значительную цифру, 73 тыс. человек³.

Все перечисленные нами виды безработицы относятся к так называемой вынужденной безработице. Численность безработных все в том же 2001 г. составила 8,9% к экономически активному населению, что на один процент ниже предыдущего года⁴. Эту цифру можно трактовать как вынужденную плату за переход к конкурентной экономике. Это то, с чем мы в любом бы случае столкнулись при столь быстрой реорганизации экономической сферы.

С понятием безработицы тесно связано понятие рынка труда. С одной стороны уровень безработицы является важнейшей характеристикой рынка труда, с другой состояние рынка рабочей силы, его организованность влияет на проблему трудоустройства. Определим основные его характеристики⁵.

1. Рынок труда в России не однороден. Он представляет собой многослойную структуру, образуемую двумя взаимосвязанными частями — «открытой» и «закрытой». Открытый рынок труда охватывает все трудоспособное население, фактически ищущее работу и нуждающееся в профориентации, подготовке и переподготовке, все вакантные рабочие места и должности, а также ученические места в государственном и негосударственном секторах. Скрытый рынок

труда образуют работники, сохраняющие статус занятых, но имеющие в ближайшей перспективе достаточно высокую долю вероятности потерять работу. К нему же относятся и те, кто зарегистрирован в службах занятости, но работают. Это челноки, продавцы оптовых рынков и другие.

2. Рынок труда формируется в условиях, когда важнейшие элементы его самонастройки — цена рабочей силы, уровень душевного потребления населения — не приведены в соответствие со стоимостью рабочей силы, что уже изначально деформирует такие важные компоненты рынка труда как спрос и предложение.

3. Рынок труда в России до сих пор функционирует в условиях несформированности института социального партнерства, который только зарождается и охватывает не все уровни. Это крайне затрудняет выработку политики солидарности и согласия в вопросах ценообразования, заработной платы, доходов, налоговой системы с учетом интересов разных субъектов рынка труда.

4. Российский рынок труда плохо организован. Это выражается в отсутствии адекватной его природе инфраструктуры.

5. В формировании трудовых ресурсов наметился ряд негативных тенденций: существенное сокращение естественного прироста населения; неблагоприятная динамика половозрастной структуры населения; увеличение демографической и экономической нагрузки на трудоспособную часть населения; нерациональные миграционные потоки и размещение населения по территории России; низкий уровень социального развития и уровня жизни населения.

6. Отечественный рынок труда характеризуется информационной асимметрией, означающей ситуацию, когда не все участники рыночной сделки обладают достоверной одинаковой информацией. Важнейшими экономическими и социальными последствиями информационной асимметрии и неполноты информации на рынке труда являются: неадекватность экономического поведения субъектов рынка, усиление дискриминации при найме и в оплате труда по полу и возрасту, росту фрикционной безработицы².

Если мы перейдем на уровень отдельной организации, то первое, что мы должны отметить, что рынок труда является для предприятия источником привлечения необходимой для успешной деятельности рабочей силы. Существует такое понятие как естественный уровень безработицы. Этот уровень характеризует необходимое и достаточное количество свободной рабочей силы на рынке труда. Этот сегмент рабочей силы и призван служить основным источником пополнения трудовых ресурсов на предприятиях.

Следующий после количества вопрос, волнующий организацию, вопрос о качестве рабочей силы на рынке труда. Для характеристики этого параметра нам будет достаточно обратиться к особенностям безработицы, выделенными нами в начале статьи. Первое, что мы отметили — это структурная безработица. С предоставлением свободы выбора хозяйственной деятельности, многие предприятия стали осваивать совершенно новые для бывшей советской экономики виды деятельности. Изменились и сами представления об управлении, которое в условиях жесткой конкуренции должно быть максимально эффективно. С одной стороны это привело к резкому сокращению неэффективных производств и лишнего административного аппарата на предприятиях, с другой к нехватке «новых» специалистов, в частности в области управления. В этой связи та свободная рабочая сила не может удовлетворить потребности организаций. Приведем простой пример, на очередном совете по труду, проходившем в Екатеринбурге под председательством заместителя полпреда УрФО Владислава Туманова 28 июня 2002 г. было отмечено, что ряды безработных в ближайшее время будут пополняться за счет граждан рабочих специальностей и пенсионеров. В частности численность безработных рабочих специальностей вырастит на 36,7 процентов по сравнению с 2001 г., а число пенсионеров, обратившихся в службу занятости, уже выросло на 80 процентов¹.

Экономическая безработица как следствие наличия конкуренции между организациями явление вынужденное. В условиях рынка организации не могут позволить себе содержать в штате не требуемый для достижения ее целей количественный и качественный состав персонала. Экономическая безработица явление необходимое для предприятий. В этом случае, во-первых, сама организация имеет полное право избавляться от лишнего количества рабочей силы, а во-вторых, имеет большей возможностью найти себе хорошего специалиста вследствие банкротства своего конкурента. Если государство будет вмешиваться напрямую в кадровую политику предприятия,

решая, сколько персонала ему необходимо иметь, то это всего лишь временная искусственная мера по решению проблемы безработицы.

Если мы коснемся маргинальной безработицы, то здесь необходимо отметить существование непосредственной связи между проблемами трудоустройства низкоквалифицированной рабочей силы и экономической безработицей. Экономическая безработица приводит к тому, что на рынке труда появляется большое количество свободной дешевой, но не качественной рабочей силы или рабочей силе, не отвечающей требованиям нового рабочего места. Из-за своей дешевизны организации имеют возможность быстро найти вспомогательный персонал, но из-за низкого его качества также быстро избавиться от него. Это оборачивается постоянной текучестью подобного рода персонала, что негативно влияет на общую эффективность работы организации как системной целостности.

Мы вкратце обрисовали те проблемы, с которыми сталкиваются предприятия вследствие специфики и уровня безработицы в Уральском регионе. Каким образом они могут быть решены отдельной организацией. Существует следующие возможные варианты действий:

1. Целенаправленный поиск свободной рабочей силы, основанный на тщательном изучении рынка труда, его прогнозировании. Этот способ применяется наиболее крупными предприятиями, осуществляющих поиск не одного, а целой группы специалистов.
2. Подготовка и переподготовка на договорной основе на базе учебных заведений необходимых по качеству и количеству специалистов.
3. Обучение и повышение квалификации имеющегося персонала организации.
4. Переманивание специалистов из других компаний или так называемая «охота за головами», явление широко распространенное на Западе и уже зарекомендовавшее себя в России.
5. Сотрудничество с субъектами рынка труда на взаимовыгодных условиях. Использование услуг посредников при поиске рабочей силы становится достаточно популярным в условиях российской информационной асимметрии рынка труда. В качестве подобных посредников могут выступать как государственные органы по трудоустройству населения, так и коммерческие агентства по поиску рабочей силы.

В связи с перечисленными нами вариантами действий, возникает вопрос об их реализации в рамках отдельной организации. Для их эффективного осуществления предлагается рассмотреть подсистему системы управления на предприятии, занимающуюся деятельностью фирмы на рынке труда. В качестве такой подсистемы может выступать подсистема маркетинга человеческих ресурсов.

Мы говорим, что современная организация для того, чтобы выжить на рынке, т.е., чтобы быть конкурентоспособной, должна ориентироваться на запросы этого рынка. Кроме того, планируя свою деятельность, любая организация должна принять во внимание различные факторы внешней среды, такие как: общественное мнение, государственное регулирование, конкуренты, наличие ресурсов и т.д. в нашем случае таким фактором выступает безработица. Исходя из этого, фирма определяет свои цели.

Цели определяют факторы внутренней среды: организационная структура, культура, технология и т.д., в том числе и подсистему маркетинга человеческих ресурсов.

Для успешного достижения целей организации необходим определенный качественный и количественный кадровый состав. Организации предстоит ответить на следующие вопросы: можем ли мы с помощью имеющегося персонала реализовать поставленные цели, если нет, то какая дополнительная рабочая сила ей потребуется, как она будет привлекать дополнительную рабочую силу, что надо сделать, для повышения эффективности работы персонала?

Итак, основная задача маркетинга человеческих ресурсов мотивировать персонал к достижению целей организации через удовлетворение вполне определенных потребностей. Конечным результатом производственной деятельности организации является набор товаров и услуг. Основным потребителем таких услуг является в первую очередь рынок, но в процессе деятельности создаются и такие услуги, которые потребляются как собственным персоналом (самоактуализация как итог деятельности сотрудников), так и рабочей силой на рынке труда (то, с помощью чего мы привлекаем ее к себе в организацию). Чем эффективнее работает подсистема маркетинга человеческих ресурсов, тем лучше взаимодействует организация с рынком рабочей силы, тем эффективнее она справляется с влиянием безработицы на ее деятельность, тем выше ее конкурентоспособность.

Подводя итог можно сделать следующие выводы:

1. Уровень безработицы и ее структура отражают степень не соответствия количества и качества имеющейся рабочей силы на рынке труда потребностям организаций и предприятий, а значит и общей конъюнктуре рынка.
2. Уровень безработицы напрямую влияет на эффективность деятельности организации. С одной стороны более широким выбором кандидатов на вакантную должность, а с другой низким уровнем соответствия, выдвигаемым требованиям рабочего места, имеющимся кандидатам.
3. Эффективным средством адаптации организации к изменениям на рынке труда, как одному из важнейших рынков ресурсов для нее является подсистема маркетинга человеческих ресурсов.
4. Подсистема маркетинга персонала позволяет урегулировать дисбаланс между потребностями организации в рабочей силе, качестве и количестве рабочей силы, а также потребностей самой рабочей силы.

Примечания

¹ <http://www.jobline.ru/content/news2001/20701092448.htm>

² Велерикова Н., Гендлер Г. Информационная асимметрия на российском рынке труда // Человек и труд. 2001. № 2. С. 57-59.

³ Статистический сборник Института экономики РАН. <http://www.inst-econ.org.ru/>

⁴ Томлов, Семеркова. Маркетинг рабочей силы. <http://www.marketing.spb.ru/read/m6/htm>

Н.В. Хмелькова

(Екатеринбург)

ВОПРОСЫ ИНТЕГРАЦИИ КОНКУРЕНТНОГО АНАЛИЗА В ЛОГИКУ ПОСТРОЕНИЯ КУРСОВ МАРКЕТИНГА

Обращение к анализу вопросов, касающихся конкурентных отношений на рынке в контексте маркетинга, связано с мнением автора о необходимости изменения места и статуса этих вопросов в логике построения соответствующих учебных курсов.

Обоснованию этой позиции и кратко обозначению основных вопросов, связанных с необходимой в этом случае интеграцией маркетинга и стратегического менеджмента, в рамках которого традиционно развивается конкурентный анализ, посвящены данные тезисы.

Основной целью синтеза двух научных дисциплин, по мнению автора, должно стать достижение понимания того, как маркетинговая концепция, являющаяся в современном мире признанной моделью управления бизнесом, может быть использована для достижения успеха в конкурентной борьбе. Следует отметить, что в большинстве трудов по управлению не дается четкого представления о диалектике понятий «маркетинг» и «конкурентная стратегия». В маркетинговой литературе, в том числе получившей мировое признание, вопросам стратегии уделено крайне мало внимания, и при этом только в пределах традиционных моделей школ стратегического планирования и позиционирования¹. Работы же по стратегическому менеджменту не изобилуют ссылками на маркетинг, отводя ему роль одного из инструментов формирования стратегии фирмы², а иногда и вовсе не акцентируя на нем внимания³.

Безусловно, попытки изменить подобную ситуацию уже предпринимались. Однако они либо представляют собой «механическое соединение» маркетинговых концепций и моделей (ЖЦТ, «стратегического квадрата») и общеизвестных подходов стратегического менеджмента (матрицы BCG, «кривой опыта», матрицы Ансоффа, PIMS, модели «пяти сил конкуренции»)⁴.

Либо, с нашей точки зрения, не в полной мере правомерно отражают взаимосвязь между выработкой конкурентной стратегии на рынке и решениями в области маркетинга⁵.

Таким образом, учитывая, что зависимость категорий «конкурентного анализа» и «маркетинга» в теории до сих пор однозначно не определена, возникают серьезные проблемы в преподавании дисциплин «маркетингового цикла». По нашему мнению, они связаны с тем, что, сохранив системный подход к маркетингу как целостному процессу, охватывающему все аспекты функционирования предприятия (что и составляет суть современного взгляда на эту концепцию), достаточно сложно, показать слушателям, как он встраивается в процесс разработки и реализации конкурентной стратегии. Поясним, чем обусловлена данная проблема. На протяжении последних двух десятилетий определяющее влияние на формирование представлений о конкуренции и комплексе понятий и отношений, возникающих на ее основе, оказывают работы М. Портера.